

4. Величковский Б. М. Современная когнитивная психология / Б. М. Величковский. – Москва : Изд-во МГУ, 2012. – 389 с.
5. Гадамер Х.-Г. Истина и метод. Основы философской герменевтики / Х.-Г. Гадамер. – Москва : Эверест, 2011. – 710 с.
6. Дзялошинский И. Интегративные процессы в современных российских медиасистемах или что происходит в российском информационном пространстве / И. Дзялошинский. – Москва : Издательство МГУ, 2012. – 230 с.
7. Кантор А. Р. Телевизионное образование как фактор развития информационной культуры учащейся молодежи в современных условиях : автореф. дис. ... канд. социол. наук / А. Р. Кантор. – Екатеринбург, 2010. – 22 с.
8. Маклюэн М. Понимание медиа: внешнее расширение человека / М. Маклюэн. – Москва, 2003. – 340 с.
9. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования : учеб. пособие. – Москва : Академия, 2012.
10. Образование в информационном обществе. Издание ЮНЕСКО для всемирного Саммита по информационному обществу. – Санкт-Петербург, 2004. – 256 с.

УДК 654.197:37.091.3

Рассмотрены субтитры как одна из разновидностей медиатекста, их типология, технические и лингвистические характеристики. Приведен анализ способов применения субтитров в работе, связанной с медиаобразованием детей и подростков.

Ключевые слова: субтитры, медиатексты, медиаобразование, телевидение, кинематограф, интернет, дети, подростки.

И. Руkenглаз

*Спутниковая компания многоканального
телевидения Yes, Израиль*

Субтитры как медиатекст визуальных средств массовой коммуникации

Современный мир заполнен огромным количеством разнообразной информации, которую выплескивают на наши головы средства массовой коммуникации – радио, телевидение, интернет, социальные сети. И поэтому современным детям и подросткам, которые находятся внутри этого процесса, являясь одновременно его объектами и субъектами, необходима профессиональная помощь, чтобы разобраться в океане информационных потоков, научиться правильному отбору информации, умению ее анализировать, интерпретировать, а также осуществлять процесс коммуникации с другими сверстниками, т. е. стать медиаграмотными потребителями.

Основным средством формирования медиаграмотности является медиатекст, который определяется специалистами как текст массовой коммуникации. Так, Я. Н. Засурский определяет его как «новый коммуникационный продукт» [4], особенность которого заключается в том, что он может быть включен в различные медийные структуры вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов, а также в разные медийные обстоятельства: газеты и журналы, радио и телевидение, интернет, мобильную связь и т. п.

Медиатекст можно рассматривать, во-первых, как обычный текст в универсальном значении этого понятия, во-вторых, как уникальный или

особый тип текста – в отличие от текстов других сфер коммуникации (научных, художественных и т. д.), а в-третьих, как совокупный продукт массовой коммуникации, включающий в себя журналистский текст, PR-текст, публицистический текст, газетный текст, теле- и радиотекст, рекламный текст, текст интернет-СМИ, социальных сетей, блогов и т. д.

Основными категориями медиатекста являются медийность, массовость (как в сфере создания, так и в сфере потребления медиапродуктов), интегративность, или поликодовость, и открытость.

Медийность – это наличие в медиатексте свойств, определяемых каналом коммуникации. Скажем, для медиатекста печатного СМИ важны такие характеристики, как шрифтовое оформление, иллюстрации, цвет. А для медиатекста, используемого для телевидения, важны аудио- и видеоряд.

Массовость медиатекста заключается в том, что и его автором, и его адресатом являются, как правило, не отдельные люди, а коллективы, группы, команды, общины, сообщества и также общество в целом. Скажем, статья в журнале может быть написана коллективом соавторов на основе письма группы людей в редакцию, отредактирована редактором и прокомментирована специалистом по конкретной тематике.

Интегративность, или поликодовость, означает, что медиатекст обычно создается с использованием разнообразных кодов или шифров, связанных с каналом передачи информации, – вербальных, визуальных, а также кодов идеологических, культурных, жанровых, прозаических, поэтических и других. Приведем в качестве примера текстовый материал, размещенный на сайте электронной версии спортивного издания, в котором помимо самого текста, написанного в определенном жанре и с использованием специальной терминологии, фотографий и заголовка, имеется видеоролик, иллюстрирующий описываемое событие, а также лента откликов на этот материал, размещенная ниже.

Открытость означает, что медиатекст не обладает смысловой завершенностью, он открыт для интерпретаций и является частью общего глобального информационного пространства, в котором ежесекундно происходит процесс уточнения и обновления информационных потоков.

Учитывая все вышесказанное, думается, что будет вполне логичным включить в список медиатекстов еще один его вид – субтитры. Но прежде чем дать определение понятию *субтитр*, заметим, что данный вид медиатекста появился в 30-е годы прошлого века, а само определение *медиатекст* – только 50 лет спустя, в 1980–90-е годы. И это говорит о том, что субтитры являются своего рода «старожилом» в медийном пространстве и десятилетиями честного труда доказали, что полностью отвечают всем требованиям современного медиаобразования.

Субтитры – это текстовое сопровождение видеоряда на языке оригинала или переводное, дублирующее и дополняющее (в случае зрительской категории с ограничениями по слуху) звуковую дорожку фильма, сериала, телепрограммы. В субтитрах отражается речь персонажей игрового фильма, участников документального фильма или телепрограммы, а также

разнообразные пометы и ремарки, которые направлены на уточнение времени, места, а также любых индивидуальных характеристик действующих лиц, а именно: возраст, профессия, должность, место работы и т. п.

Субтитр – это единица текста, который отображается на экране в любой момент просмотра, трансформируясь при этом в медиатекст.

Обычные субтитры располагаются по центру, в нижней части экрана, в виде одной или двух строк. Существуют также супер-субтитры, которые располагаются над обычными субтитрами, слева, справа, в центре экрана или в его верхней части, в зависимости от необходимости передать ту или иную информацию. Также в определенных случаях используются и блок-субтитры, которые накладываются с помощью специального черного прямоугольника поверх субтитров другого языка. К субтитрам можно отнести и так называемую «бегущую строку», или «роллер», которая располагается обычно под субтитрами.

Субтитры могут быть включены в видеоряд двумя способами:

- «вшиты» в видео, т. е. включены в видеоряд, когда изображение с текстом субтитров накладывается на исходное видео в процессе создания конечного видеофайла. Пример вшитых субтитров – это перевод на английский язык речи разных народов Средиземья в фильмах по романам Толкиена;

- существуют в виде отдельного файла определенного формата, скажем, *.srt*, который совмещается с изображением с помощью специального программного обеспечения.

Впервые субтитры появились в звуковом кинематографе для того, чтобы кинофильмы можно было транслировать в других странах и таким образом устранить ограничения в восприятии зрителем картины на иностранном языке. В отличие от интертитров немого кино, выполнявшихся в виде отдельных монтажных листов, субтитры должны появляться на экране синхронно с изображением и в этом заключается их главное свойство, позволяющее включить их в реестр медиатекстов.

Если говорить о субтитрах перевода кинофильмов, то эта технология получила распространение в тех государствах, где имеет место полиязычие, и поэтому перевод является более предпочтительным по сравнению с закадровым переводом или дубляжом. К этим странам можно отнести США, Финляндию, арабские и скандинавские государства, Голландию, Израиль. Ряд англоязычных стран (Великобритания, Австралия) также предпочитают субтитры, исключая детские фильмы, которые традиционно дублируются. Но многие европейские страны, например такие, как Франция, Германия, Италия, Испания, а также Япония и Китай, предпочитают именно дубляж. На сегодняшний день и в России большая часть кинопродукции дублируется на русский язык.

Примером использования субтитров перевода в кинопродукции в советский период можно считать трансляцию в 1950–60-е гг. трофейных кинофильмов. Сфера создания субтитров перевода в российском медиапространстве находится в стадии развития и освоения методов как переводческой науки, так и технического обеспечения.

При обсуждении темы субтитров перевода не обойтись без вечного вопроса о том, что предпочтительнее – дублировать кинофильмы или переводить их с помощью субтитров. Ответ на этот вопрос лежит в сфере традиций и ментальности каждого конкретного народа и, на наш взгляд, является темой для отдельной статьи. Поэтому следует ограничиться простой констатацией этого факта и заметить, что оба способа передачи содержания кинофильма не являются идеальными.

Скажем, дубляж, когда полностью убирается оригинальная звуковая дорожка фильма с голосами актеров, а литературный перевод подвергается обработке автором синхронного текста с тем, чтобы добиться полного совпадения движения губ актеров с дублируемым текстом. Это приводит к тому, что зачастую искажается или утрачивается смысл диалогов и отдельных реплик. Зато такой вариант дарит зрителю возможность полностью насладиться визуальной составляющей кинокартины.

С другой стороны, субтитры, которые дают зрителю возможность услышать оригинальные голоса актеров и их неповторимую интонацию, услышать песни в их исполнении, а также воспринять оригинальную звуковую атмосферу кинофильма, отвлекают от развития сюжета на экране, требуют большей концентрации и овладения навыками чтения движущегося текста с экрана.

Хотя, наверное, стоит сделать оговорку – при сегодняшнем развитии интернета наблюдается стремительное изменение механизмов восприятия любых видов информации у детей и подростков. Погруженные с детства в мир цифровых технологий, современные мальчики и девочки отличаются повышенной внимательностью, у них растет скорость реакции на зрительные сигналы, а их головной мозг приспособляется к быстрой обработке поступающей информации. И поэтому для них не составляет труда воспринимать одновременно видеоряд кинофильма и субтитры перевода к нему.

Но у субтитров все-таки есть одно преимущество, и оно – экономическое. Произвести для фильма субтитры перевода стоит намного дешевле, чем его дублировать. А это значит, что субтитры позволяют довольно быстро и без значительных затрат подготовить к трансляции большие объемы кино- и телепродукции, что является экономически обоснованным для тех стран, чей бюджет не позволяет вкладывать значительные суммы в закадровый перевод и дубляж. Также субтитры позволяют транслировать любой контент с одновременным переводом на двух языках. Скажем, в Израиле ряд телепрограмм и фильмов транслируется с одновременным переводом на иврит и арабский языки, или на иврит и русский.

Нельзя не отметить и еще одну очень важную функцию субтитров – удовлетворение потребности восприятия содержания фильма или телепрограммы для людей, имеющих ограничения по слуху. В этом случае субтитры помогают сделать содержание любого контента доступным для зрителей данной категории. В современной международной практике принята подготовка специальных субтитров для слабослышащих людей: фиксируются не только реплики героев, но приводятся и пометы, обозначающие звуковой ряд кинофильма, – звуки грома, дождя, взрыва и т. д. Добавим, что в Израиле,

например, согласно действующему законодательству, от 20 до 25 % телепрограмм, идущих на иврите и арабском языках и, как правило, не в первой трансляции, должны сопровождаться субтитрами на данных языках, чтобы сделать доступным содержание разнообразных контентов для людей с ограничениями по слуху.

Итак, начав свою судьбу в кинематографе, субтитр в середине прошлого века довольно быстро освоил телевидение, став неотъемлемой частью современного информационного пространства, а оттуда плавно перебрался в интернет и социальные сети. Можно сказать, что на телевидении субтитр обрел второе дыхание, стал многофункциональной и неотъемлемой составляющей телевизионной трансляции.

Благодаря субтитру, современный телеэкран перестал быть просто «ожившей картинкой», а является своеобразным «рабочим столом», заполненным различной информацией.

Например, одновременно на телеэкран (если смотреть сверху вниз) могут быть выведены супер-субтитры, с помощью которых обычно фиксируется имя, фамилия и должность говорящего (располагаются справа или слева), затем собственно субтитры, с помощью которых передается речь говорящего, под ними может находиться бегущая строка, информирующая о текущих событиях дня, и это еще не все! Добавьте к этому логотип телеканала, так называемое «окно», в которое вписан специалист по сурдопереводу, часы, фирменный знак рекламодателя. Из этого следует, что современный телеэкран по своей многофункциональности подобен экрану смартфона, что нашло свое отражение в разработке «умных телевизоров» с сенсорным экраном.

Таким образом, субтитр является совокупным продуктом массовой коммуникации, потому что включает в себя элементы обычного текста, текста диалога или сценария, фрагменты журналистских текстов, различные пометы и ремарки, тексты СМС-сообщений, блогов, социальных сетей, электронной переписки и т. д.

Говоря о «родовых» свойствах субтитра, надо отметить, что он не может существовать сам по себе, его особенности проявляются лишь тогда, когда субтитр появляется на экране синхронно с каким-либо видеофрагментом, создавая на стыке визуального и вербального рядов единицу медиатекста.

Именно в этом проявляется его *медийность*, поскольку субтитр несет в себе свойства, определяемые каналами коммуникации, – кинематографом, телевидением, интернетом.

К этим свойствам относятся:

- требование оформлять субтитры в одну или две строки, не более, поскольку поле экрана ограничено по размерам;
- необходимость не превышать определенное количество знаков в строке – не более 36-ти, включая пробелы;
- время появления титра на экране должно совпадать с началом фразы, а время исчезновения – с ее окончанием;

- субтитр должен находиться на экране не меньше секунды, иначе зритель просто не успеет его прочитать;
- временной промежуток при смене субтитров на экране должен составлять не менее 2-х кадров (2-х фреймов);
- субтитры оформляются с помощью определенного шрифта, значение имеет его размер и цвет, учитывается положение титра на экране.

Массовость субтитра заключается в том, что его автором и адресатом являются группы людей. К созданию субтитра имеют отношение такие специалисты, как оператор по таймингу или временной разметке субтитров, непосредственный переводчик субтитров, редактор перевода, редактор субтитров, если речь идет о субтитрах для слабослышащих людей. Сюда можно добавить специалистов юридического и научно-медицинского профиля, которые выступают консультантами при переводе той или иной профессиональной терминологии, а также авторов сценария или диалога, которые переводятся на другой язык или титруются на экране, если речь идет о контенте на родном языке.

Адресатом субтитров являются все, кто имеет доступ к тому или иному контенту с субтитрами, и это могут быть сотни тысяч и миллионы зрителей. Приведем в качестве примера обычный выпуск новостей, который оснащен субтитрами и бегущей строкой. Сколько человек одновременно могут его посмотреть? Достаточно ознакомиться с рейтингами ведущих телеканалов, чтобы понять – аудитория, которая воспринимает данный медиатекст, может равняться населению небольшой европейской страны.

Поликодовость субтитров выражается в том, что их содержательная часть создается с помощью самых разных кодов и шифров: вербальных, визуальных, а также идеологических, культурных, жанровых, прозаических, поэтических и т. д.

Содержательная часть субтитров может включать в себя не только перевод диалогов и монологов, но также цитаты из прозаических и поэтических произведений, профессиональные сленги, данные статистических исследований, жаргон молодежных субкультур, переводы электронных писем и посланий, СМС-сообщений, титров речи глухонемых (что можно именовать «двойным субтитром»), названий различных организаций, ассоциаций, фондов и т. п.

Открытость субтитра означает, что он не обладает смысловой завершенностью, поскольку открыт для интерпретаций. В самом прямом смысле открытость субтитра перевода заключается в том, что он может быть подвергнут исправлениям и редакторским правкам до, во время и после трансляции. Если говорить об исправлениях во время трансляции, то, скажем, такие явления, как отсутствие синхронизации субтитра и картинки, или неправильное определение шрифта могут быть устранены сразу же в режиме онлайн. Субтитр может быть исправлен перед повторной трансляцией, а если это, например, художественный фильм, у которого имеются права на 10 трансляций, то правки могут вноситься в течение неограниченного времени – это могут быть исправления различных видов ошибок и опечаток, правки в

названии, именах и фамилиях режиссера и актеров, дополнения в переводе, а также правки, которые вносятся по просьбе создателей картины.

Более того, субтитр открыт для исправлений и со стороны зрительской аудитории, которая имеет право потребовать внести те или иные изменения, если речь идет об ошибке перевода. Это принятая практика, например, в Израиле, где проживает большое количество носителей различных европейских языков, а английский язык распространен как язык общения разных этнических групп населения. Владение одним или несколькими иностранными языками позволяет зрительской аудитории в определенных случаях выступать в качестве эксперта, особенно это касается перевода медицинских и юридических терминов, тем самым обосновывая наличие обратной связи с потребителем контента.

Подводя итог вышесказанному, заметим, что повсеместное развитие интернета и доступность специального программного обеспечения позволяют использовать субтитры для формирования медиаграмотности среди детей и подростков.

В настоящее время в интернете существует целое сообщество создателей субтитров, естественно, любительское. Это значит, что создаваемые ими субтитры перевода не могут быть использованы в коммерческих целях. И это важное замечание, которое надо обязательно учитывать при работе в данной сфере. У этих людей есть собственные форумы, там они обмениваются информацией, мнениями, рассказывают о тех компьютерных программах, которые можно использовать для создания субтитров, и дают различные рекомендации. Работая в профессиональной телевизионной среде, нельзя увидеть в этих сообществах реальную конкуренцию коммерческому телевидению, но следует считать их важной частью современного медийного пространства, в котором довольно мирно уживаются профессионалы и любители.

На наш взгляд, первым этапом знакомства с субтитрами может стать их создание на родном языке в рамках помощи разным возрастным категориям с ограничениями по слуху. Думается, что в каждом большом городе есть учреждения, которые занимаются образованием, воспитанием и содержанием данной категории. В связи с этим было бы правильно сориентировать ребят на оказание помощи таким людям, поскольку видеоматериалов с субтитрами любого содержания, включая художественные и документальные фильмы, сериалы и учебно-просветительские программы, всегда не хватает. Оговоримся еще раз – титрование такой продукции возможно только при одном условии: она не будет использоваться в коммерческих целях.

Следующим этапом работы с субтитрами может стать изучение иностранных языков. Художественные и документальные кинофильмы, телепрограммы, реалити-шоу и сериалы с субтитрами перевода / титрами на иностранном языке (в зависимости от уровня владения) могут позволить учащимся восполнить те пробелы в информации, которые возникают у них во время традиционного обучения иностранному языку.

Важно отметить при этом, что все указанные выше кино- и телеконтенты являются разнообразными с точки зрения тематики, жанров и отвечают всем требованиям в той части, которая касается лингвокультурной адаптации. Параллельно с изучением иностранного языка учащиеся также получают новую информацию о культуре, истории, географии, политике, государственном устройстве страны, о ментальности и особенностях поведения ее граждан. Например, при обучении иностранному языку преподаватель может использовать внутриязыковые титры (титры на языке оригинального контента), титры перевода или двуязычные титры, в которых первая строка – это язык оригинала, а вторая – перевод.

Работа с подобными обучающими материалами улучшает произношение учащихся, способствует более интенсивному восприятию нового материала, в случае непонимания произнесенного слова или фразы можно использовать видеоряд как дополнительный инструмент, способствующий более полному восприятию лексики персонажей. Параллельно с этим идет процесс изучения новых иноязычных реалий, улучшается скорость чтения на изучаемом языке. Кроме того, использование разных видов субтитров позволяет выстроить процесс обучения для учащихся с разным уровнем владения иностранным языком.

Кроме того, работа с субтитрами повышает медиаграмотность детей и подростков. Так, при наличии стандартного набора, включающего компьютер с достаточным объемом памяти, специальное программное обеспечение, которое можно бесплатно скачать в интернете, и большой монитор, можно не только просматривать контенты с субтитрами перевода, но и самим участвовать в процессе их создания.

В современном интернете существует сообщество любителей коллективного перевода субтитров. И это значит, что любая группа заинтересованных в этой деятельности детей, подростков, взрослых может создать собственный клуб по какой-либо тематической направленности. Например, это может быть Клуб любителей мультипликации. Или Клуб любителей фантастического кино. Направлений, вокруг которых можно объединить детей и подростков, достаточно. Главное в таком сообществе – коллективная работа, возможность обсудить разные варианты перевода и выбрать наиболее оптимальный, что, безусловно, улучшит качество восприятия иностранного языка.

Пусть на первых порах это будут небольшие клипы или ролики, но если ребята смогут самостоятельно их переводить, трансформировать перевод в субтитры, редактировать их параллельно с просмотром видеоряда, размещать на экране, устраивать просмотры для своих друзей и проводить обсуждение увиденного, то их навыки работы с медиатекстами, интернетом, иностранными языками улучшатся и перейдут на совершенно иной качественный уровень.

В заключение, перефразируя известное выражение, можно сказать, что субтитры – это не роскошь, а средство передвижения в таком большом и многообразном мире, как медиаобразование.

Библиографический список

1. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность : учеб. пособие для вузов / А. В. Федоров. – Таганрог : Кучма, 2004.
2. Современный медиатекст : учеб. пособие. – Москва : Флинта, 2014.
3. Чичерина Н. В. Медиатекст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов / Н. В. Чичерина. – Москва : ЛКИ, 2008.
4. Засурский Я. Н. Медиатекст в контексте конвергенции / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Серия 10: «Журналистика». – 2005. – № 2. – С. 3–6.
5. Язык современной публицистики : сб. ст. / сост. Г. Я. Солганик. – Москва : Флинта, 2007.
6. Рыжих Н. П. Использование медиаобразования в воспитании детей / Н. П. Рыжих ; под ред. А. В. Федорова. – Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та им. А. П. Чехова, 2011.
7. Буданцова А. А. Современный ребенок: новый тип сознания / А. А. Буданцова // Вестник Московского государственного университета им. М. А. Шолохова. – 2012. – № 1.

УДК 027.7:[004:005.336.2]

В статье представлен опыт работы библиотеки по формированию медиа-информационной грамотности разных категорий обучаемых в педагогическом университете.

Ключевые слова: библиотеки вузов, педагогические вузы, медиа-информационная грамотность, информационная культура, информационные ресурсы.

В. В. Асламова, А. А. Гарипова
ИИЦ–НБ УрГПУ, Екатеринбург

Формирование медиа-информационной грамотности в педагогическом университете

Стремительное развитие и распространение новых информационно-коммуникационных технологий принесло кардинальные изменения в жизнь общества, которое выставляет новые требования к подготовке будущих специалистов в высших учебных заведениях. На первый план выходит формирование компетенций, обеспечивающих возможность реализации выпускников в профессиональной сфере, их адаптацию к быстро изменяющимся условиям жизни. Важнейшей компетенцией становится медиа-информационная грамотность, которая определяется как «способность адекватно взаимодействовать с потоками медиаинформации: осуществлять поиск, анализировать, критически оценивать и создавать медиатексты, распространяемые с помощью различных средств массовой информации и коммуникации, во всем разнообразии их форм» [3, с. 152].

Особенно формирование медиа-информационной грамотности важно при подготовке будущих педагогов, которые вносят существенный вклад в формирование информационного общества через образовательную деятельность. При подготовке будущего специалиста высшее учебное заведение и библиотека совместными усилиями должны развивать «умения, обеспечивающие целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и новых информационных техноло-